

“HEDONISME DALAM IKLAN”

(Studi Semiotika Konstruksi Tanda Hedonisme dalam Iklan TV

Rokok Clas Mild Versi *is Today*)

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

guna mencapai gelar Sarjana S-1

Program Studi Ilmu Komunikasi



RIO ARIF SETYO PURNOMO

L 100 090 149

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi Untuk Diujikan

Oleh Dewan Penguji Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Komunikasi dan Informatika

Universtas Muhammadiyah Surakarta

Hari : Kamis
Tanggal : 26 September 2013

Pembimbing I



Taufik Murtono, M. Sn

Pembimbing II



Palupi, MA

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

“HEDONISME DALAM IKLAN”

(Studi Semiotika Konstruksi Tanda Hedonisme dalam Iklan TV

Rokok Clas Mild Versi *is Today*)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

RIO ARIF SETYO PURNOMO

NIM. L 100 090 149

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal : *18 - 10 - 2013*

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar S-1.

Susunan Dewan Penguji

1. Taufik Murtono, M. Sn
2. Palupi, M.A
3. Rinasari Kusuma, M. IKom

(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)

Surakarta, *30 - 10 - 2013*

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Komunikasi Dan Informatika

Program Studi Ilmu Komunikasi

Dekan,

(*[Signature]*)

Husni Thamrin, ST, MT, Ph.D

NIK. 706



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak di kemudian hari terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta,


Rio Arif Setyo Purnomo
L. 100 090 149

MOTTO

***“Berkenalanlah Dengan Banyak Orang, Setidaknya Suatu Saat Nanti Ada Yang
Akan Mengingatmu”***

Majestic Prince

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada kedua orang tuaku yang selalu berada jauh di tanah rantau. Dan juga bagi sahabat-sahabatku tercinta yang tak bisa disebutkan namanya satu persatu. Persembahan ini juga untuk almamater Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan senantiasa memanjatkan rasa puji dan syukur ke hadirat Allah SWT yang sudah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya. Hingga pada akhirnya penulis menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini. Dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta tercinta.

Pada proses penyusunan skripsi ini tentunya peneliti tidak semata-merta menjalaninya sendiri. Melainkan banyak pihak yang telah membantu serta mendukung penulis dalam menyelesaikan sebagian persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi ini. Dengan penuh hormat serta kerendahan hati, penulis hendak menyampaikan rasa terimakasihnya pada seluruh pihak yang telah memberikan dukungannya dalam bentuk motivasi secara moril, spiritual, maupun secara materiil. Untuk itu, rasa terimakasih tersebut akan pantas ditujukan kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa melimpahkan segala rahmat serta karunia-Nya,
2. Bapak dan juga Ibuku tercinta, walau kita berjauhan terpisah pulau, terimakasih untuk semua dukungan yang kalian berikan,
3. Bapak Dr.Husni Tamrin, selaku Dekan Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta,

4. Ibu Rinasari Kusuma, M.IKom, selaku kaprodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta,
5. Bapak Taufik Murtono, M.Sn, selaku dosen pembimbng I, terimakasih untuk arahan-arahan yang diberikan serta keluangan waktunya. Mohon maaf jika ada yang kurang berkenan. Panjang umur dan semoga segala kebaikan senantiasa dilimpahkan oleh Allah SWT. Amin,
6. Ibu Palupi, M.A, selaku dosen pembimbing II. Terimakasih atas segala kesabarannya. Terimakasih untuk segala sarannya. Mohon maaf jika ada salah kata dan perilaku. Panjang umur serta diberikan segala kebaikan dari Allah SWT. Amin,
7. Segenap staf pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika atas segala ilmu yang telah diajarkan,
8. Irwan Idris, mahasiswa dari Universitas Hassanudin, Makassar. Terimakasih atas ide-ide yang disumbangkan hingga tercipta gagasan untuk menyusun skripsi ini.
9. Seluruh anggota IMIKI (Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia), kalian orang-orang yang asyik. Banyak hal baru yang bisa didapat dari kalian, terimakasih,
10. Mas Dinar Jatmiko, Penanggung jawab Surakarta Hadiningrat (SH) Auto Club, terimakasih atas segala bantuan beserta waktunya, hingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan baik,
11. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika angkatan 2009, tanpa terkecuali.

Semoga apa yang telah dihasilkan dalam skripsi ini akan dapat berguna bagi sahabat-sahabat mahasiswa manapun yang hendak melakukan penelitian serupa. Serta diharapkan masukan-masukan yang akan dapat membantu memperbaiki skripsi ini.

Sekian dan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 25 September 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kajian Teori	10
1. Definisi Komunikasi	10
2. Hedonisme	14
3. Semiotika	18
4. Iklan	23
F. Metodologi Penelitian	25
1. Jenis Penelitian	25
2. Metode Penelitian	25
3. Sumber Data	26
4. Teknik Perolehan Data	26
G. Teknik Analisis Data	27
H. Validitas Data	30

I. Kerangka Berpikir	33
BAB II DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN	
A. Industri Rokok di Indonesia	34
B. Iklan TV Rokok Clas Mild	38
1. Logo Produk	38
2. Sinopsis Iklan Clas Mild	38
BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	
A. Sajian Data	41
B. Analisis Data	64
1. Properti Fisik	64
2. Properti Pendukung	76
3. Setting	84
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL	
A. PEMBAHASAN	90
1. Properti Utama dan Pendukung Sebagai Sebuah Representasi Kaum Eksekutif	90
2. Perempuan sebagai Sarana Penunjang Hiburan dan Kesenangan Laki-laki	97
3. Mode (<i>Fashion</i>)	100
4. Ruang Lingkup Kota Sebagai Representasi Identitas Sosial	103
B. HASIL	108
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	118
B. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 : Model Semiotika Saussure	20
Bagan 1. 2 : Peta Tanda Roland Barthes	21
Bagan 1. 3 : Peta Tanda Tatahan Kedua Roland Barthes	22
Bagan 2. 1 : Tabel kerja Analisis I	26
Bagan 3. 1 : Tabel kerja Analisi II	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Potongan Iklan Clas Mild versi <i>Is Today</i>	3
Gambar 1.2	Logo Clas Mild	38
Gambar 1.3	<i>Korpus 1</i>	41
Gambar 1.4	<i>Korpus 2</i>	43
Gambar 1.5	<i>Korpus 3</i>	44
Gambar 1.6	<i>Korpus 4</i>	45
Gambar 1.7	<i>Korpus 5</i>	46
Gambar 1.8	<i>Korpus 6</i>	47
Gambar 1.9	<i>Korpus 7</i>	49
Gambar 1.10	<i>Korpus 8</i>	50
Gambar 1.11	<i>Korpus 9</i>	51
Gambar 1.12	<i>Korpus 10</i>	52
Gambar 1.13	<i>Korpus 11</i>	53
Gambar 1.14	<i>Korpus 12</i>	55
Gambar 1.15	<i>Korpus 13</i>	56
Gambar 1.16	<i>Korpus 14</i>	57
Gambar 1.17	<i>Korpus 15</i>	58
Gambar 1.18	<i>Korpus 16</i>	59
Gambar 1.19	<i>Korpus 17</i>	60
Gambar 1.20	<i>Korpus 18</i>	61
Gambar 1.21	<i>Korpus 19</i>	62
Gambar 1.22	<i>Korpus 20</i>	63

ABSTRAK

Rio Arif Setyo Purnomo, L 100 090 149. Hedonisme Dalam Iklan (Studi Semiotika Konstruksi Tanda Hedonisme dalam Iklan Clas Mild Versi Is Today)

Iklan Clas Mild versi Is Today bercerita tentang pergaulan beberapa kalangan orang yang hendak merepresentasikan dirinya melalui lingkungan hidup dan benda-benda kepemilikan. Di mana hal tersebut adalah sebagai penegas atas identitas serta pembeda status sosial mereka dalam masyarakat. Hedonisme merupakan kajian utama dalam penelitian ini. Di mana hedonisme merupakan cara pandang yang mengutamakan sebuah kesenangan. Hedonisme juga sudah berkembang sejak lama, terhitung kira-kira pada 433-355 S.M yang ditemukan oleh Aristippos yang merupakan murid dari Sokrates. Yang kemudian diteruskan oleh filsuf lain yang bernama Epikuros pada 341-270 S.M. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Di mana kajian utamanya adalah mengenai penggunaan tanda dan simbol yang berbentuk konotasi serta berisikan mitos yang berlaku pada sebuah masyarakat. Hasil dari penelitian ini adalah tentang konstruksi tanda hedonisme yang digambarkan melalui iklan Clas Mild versi Is Today. Hasil tersebut ialah bahwa tanda hedonisme dikonstruksikan melalui benda-benda kepemilikan seperti mobil mewah, kemudian hedonisme juga digambarkan melalui sosok perempuan yang menggambarkan yang melambangkan sarana penunjang hiburan bagi kaum laki-laki. Yang terakhir, hedonisme dikonstruksikan dalam iklan ini melalui penggambaran setting yang berlatarkan ruang lingkup kota yang merupakan representasi sebuah identitas bagi masyarakatnya.

Kata kunci : *Konstruksi, Hedonisme, benda kepemilikan, perempuan, seting.*